



UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

TRABAJO FIN DE ESTUDIOS

Título

El marketing en los eventos

Autor/es

ANA DEL POZO SANTOLAYA

Director/es

EDUARDO MIGUEL JIMÉNEZ GALÁN

Facultad

Facultad de Ciencias Empresariales

Titulación

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Departamento

ECONOMÍA Y EMPRESA

Curso académico

2017-18



El marketing en los eventos, de ANA DEL POZO SANTOLAYA
(publicada por la Universidad de La Rioja) se difunde bajo una Licencia Creative
Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported.
Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden solicitarse a los
titulares del copyright.



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

El marketing en los eventos

Marketing in events

Autor: D^a. Ana del Pozo Santolaya

Tutor: D. Eduardo Miguel Jiménez Galán

CURSO ACADÉMICO 2017-2018

ÍNDICE

RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6
1.La comunicación en los eventos	7
2. Objetivos de la comunicación en los eventos	8
3. Pasos previos a la organización de un evento	11
4. Estrategias de comunicación, ¿cómo dar a conocer un evento?	16
5. Búsqueda de patrocinios	18
6. Los eventos en La Rioja	19
6.1. Museos.....	19
6.2. Centros culturales.....	20
6.3. Calados.....	21
6.4. Salones de banquetes	22
6.5. Principales bodegas de La Rioja	22
6.6. Teatros	23
6.7. Castillos	25
6.8. Otros lugares.....	25
6.8.1. El jardín botánico.....	25
6.8.2. Barrio de la Estación	26
6.8.3. Auditorio de La Rioja (Rioja forum)	27
7. La oferta de Organización de Eventos en La Rioja.....	28
7.1. Círculo Logroñés	28
7.2. AV Eventus	29
7.3. GCriteria	29
7.4. Organización integral de eventos y servicios de protocolo sociedad limitada	30
7.5. Friends and family y ocio.....	30
7.6. Innevento.....	31
7.7. LCL Comunicación	32
7.8. <i>Planner</i> congresos	32
7.9. Rioja alavesa turismo	33
7.10. La Rioja Convention Bureau	33
7.11. La Rioja Turismo	34
7.12. Conclusiones	34
9. ANÁLISIS DE TÉCNICAS CUALITATIVAS	34
9.1. Introducción.....	34

9.2. ENTREVISTA 1: GRUPO ALEJANDRO MIGUEL	35
9.3. ENTREVISTA 2: CONFECCIONES OLLOQUI.....	36
9.4. ENTREVISTA 3: PAFRITAS	37
9.5. ENTREVISTA 4: AUTO OJA, MERCEDES BENZ.....	38
9.6. ENTREVISTA 5: CLÍNICA DENTAL RUIZ MAZO	40
9.7. ENTREVISTA 6: DE TORRE GOURMET	41
9.8. ENTREVISTA 7: ARISA	42
9.9. ENTREVISTA 8: PETROLRIOJA ENERGÍA	44
9.10 Estudio cualitativo de las entrevistas	45
10. Conclusiones	48
11. Bibliografía.....	50

ÍNDICE IMÁGENES

Imagen 1: Esquema.	7
Imagen 2: Cartel capea.	8
Imagen 3: Banner.	9
Imagen 4: Banner precios.	10
Imagen 5: Banner DJ.	10
Imagen 6: Hair fashion night.	11
Imagen 7: Página web novios.	17
Imagen 8: Patrocinio Red Bull.	18
Imagen 9: Museo Würth.	20
Imagen 10: Centro de la cultura La Rioja.	21
Imagen 11: Calado.	21
Imagen 12: Salón de La Merced.	22
Imagen 13: Ceremonia Franco Españolas.	23
Imagen 14: Teatro Bretón de los Herreros Logroño.	24
Imagen 15: Teatro real, Madrid.	24
Imagen 16: Castillo Sajazarra.	25
Imagen 17: El jardín botánico – La laguna.	26
Imagen 18: Barrio de la estación, Haro.	27
Imagen 19: Riojaforum.	28
Imagen 20: Círculo Logroñés.	29
Imagen 21: Media maratón.	30
Imagen 22: Local Friends and family.	31
Imagen 23: San mamés.	32
Imagen 24: Inauguración Renfe.	33
Imagen 25: Convención del vino.	34

RESUMEN

El marketing en los eventos ha ganado mucha fuerza en los últimos años en las empresas. Una nueva forma de comunicación que consigue llegar a gran cantidad de público en un solo acto o celebración, consiguiendo reforzar su marca, presentar nuevos productos o servicios y hacer que el cliente viva una experiencia que recordará positivamente y la asociará a esa marca o empresa.

En el siguiente trabajo se tratará el tema de la comunicación en los eventos y sus objetivos a conseguir de cara al cliente. Además, se describen los pasos previos para comenzar a trabajar en la ejecución del evento, como puede ser la definición del público objetivo, la realización del presupuesto o la búsqueda de patrocinios.

Por último, se centrará el trabajo en La Rioja. Se describirán los diferentes espacios para realizar eventos en la comunidad autónoma, los distintos servicios que ofrecen empresas de eventos en esta región y se realizará un estudio, entrevistando a personas que trabajan en diferentes sectores, para responder a preguntas como a qué empresas acudiría para organizar un evento, qué tipos de eventos le interesarían más o en qué medida haría uso de este tipo de servicios.

ABSTRACT

Event Marketing has significantly increased over the recent years in companies. It is a new form of communication that is capable of reaching a large audience during a specific event or celebration. It can reinforce the brand, present a new product or service to a public, or even create a memorable experience that will make that public remember the brand or company.

The following project discusses communication in events, and its objectives. In addition, it describes the pre-event phases to be followed to start working on an event, such as the definition of the target audience, budgeting, or sponsorships management.

Finally, it will present a specific case in La Rioja. It lists the different event venues, the current services offered to the public in the area, and it shows a study carried out in the region by interviewing workers from different sectors. They answered questions regarding their event necessities, their choices in event companies, and the different services they would use.

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo fin de grado pretende explicar las posibilidades que tienen las empresas con la organización de eventos, una nueva forma de hacer marketing que ha ido ganando peso en los últimos años.

Según el estudio que hace cada año el grupo “EventoPlus”, en 2017 las empresas han aumentado los presupuestos destinados a eventos en un 5,6%. Además, en 2016 este tipo de empresas crecieron un 4,4%.

Este crecimiento, según el estudio realizado por “EventoPlus”, se debe principalmente al aumento del número de eventos organizados y no tanto al crecimiento del presupuesto mencionado anteriormente.

El marketing en los eventos, al igual que las empresas de organización de éstos, han aumentado considerablemente en los últimos años, por ello, es un tema de bastante atractivo, de interés y actual para realizar un trabajo de campo y ver las posibilidades que tienen las empresas en él.

La elección de este tema para el trabajo fin de carrera me ha resultado bastante sencilla, ya que actualmente me dedico a ello en una empresa de comunicación y eventos en expansión.

El objetivo principal de este estudio es explicar qué formas tienen las empresas de hacerse ver mediante el marketing en los eventos y, con el trabajo de campo que se realizará mediante entrevistas a empresas de diferentes sectores, observar qué conocimiento tienen los negocios sobre este tipo de marketing y si estarían dispuestos a usarlo.

La estructura que seguiré a grandes rasgos será, primero, el tema de la comunicación en general (objetivos, técnicas, estrategias...). Después me centraré más en los eventos en La Rioja, analizando los diferentes espacios con los que cuenta la Comunidad Autónoma. Seguidamente, describiré las diferentes empresas que ofertan los servicios de organización de eventos en La Rioja, explicando brevemente su manera de trabajar. Y por último, con la información obtenida en entrevistas realizadas a empresas de diferentes sectores, obtendré unas conclusiones acerca de qué tipos de eventos interesan más según el modelo de negocio, dónde buscarían las empresas a otras que organizaran eventos, si creen que merece la pena este tipo de marketing, etc.

1. La comunicación en los eventos

Cada vez más empresas se unen a la organización de eventos debido al fuerte impacto de marca y de imagen corporativa que se le transmite al consumidor.

Por ello, además del marketing online y offline con el que ya trabajan la mayor parte de las empresas, aparece un nuevo punto a tratar dentro de ellas, el marketing de eventos.

El marketing de eventos se basa en crear experiencias memorables para el consumidor, de forma que la marca de la empresa que realiza ese evento quede plasmada en la memoria del cliente durante un largo periodo de tiempo.

Este tipo de marketing busca que el consumidor viva una experiencia única que le haga disfrutar e identificarse con la marca.

Las empresas que se decantan por la organización de un evento desean cumplir al menos uno de estos tres objetivos: obtener ingresos, crear notoriedad de marca o generar leads (potenciales clientes interesados).

Imagen 1: Esquema.



Fuente: Pedrotti (2009), "Estrategias para la comunicación y la difusión de eventos" ²³

Como se muestra en la "imagen 1", el primer contacto con el cliente lo ejecutan los relaciones públicas, los cuales realizan un estudio sobre qué necesidades tiene ese

cliente y lo que le puede interesar. Después, mediante las estrategias de comunicación se da a conocer el evento de manera segmentada según el público que interese.

El siguiente paso es la ejecución del evento siguiendo el plan establecido y por último, después de la difusión del acontecimiento por medios de comunicación o redes sociales, se realiza un valoración para ver si se han cumplido los objetivos y si se ha llegado al público idóneo.

2. Objetivos de la comunicación en los eventos

- Informar al público de la realización del evento.
- Promover la participación del público en el evento.
- Informar del contenido del evento y sus características.
- Ser influyentes en el público para que elijan nuestro evento.

Para mostrar de una forma más clara los objetivos de la comunicación en un evento, se adjuntan diferentes banners¹ informativos sobre un evento que realicé con mi empresa en septiembre de 2017.

Imagen 2: Cartel capea.



Fuente: www.tucena.es

¹ Banner: espacio publicitario insertado en una página web.

Este fue el cartel oficial del evento (imagen 1), una capea universitaria. En él se informa de la sexta edición del acontecimiento y de la fecha como texto principal. Además, el público objetivo sabe a priori las diferentes tandas de entradas con sus respectivos precios y dónde pueden adquirirlas.

Para premiar la fidelización, los clientes que contrataron durante el 2017 otros servicios con nosotros, se les aplicará un descuento en la compra de su entrada.

Por último, en la parte inferior del banner, se muestran los diferentes patrocinadores de la capea así como nuestras redes sociales y página web para que nuestros clientes puedan informarse de las novedades y nuevos eventos.

Imagen 3: Banner.



Fuente: www.tucena.es

El siguiente banner (imagen 2), proporciona a los usuarios información de todos los servicios que van incluidos en la entrada de la capea (autobús, ración de paella...) Además, antes del evento también se informa sobre los precios de bebidas que habrá en el recinto (imagen 3).

Imagen 4: Banner precios.



Fuente: www.tucena.es

Por último, para crear expectación y un motivo más para que el cliente quiera comprar la entrada y venir al evento, se anuncia la contratación del DJ Albert Kren, residente de la conocida discoteca Kapital de Madrid.

Imagen 5: Banner DJ.



Fuente: www.tucena.es

3. Pasos previos a la organización de un evento

Cuando se tiene en mente organizar un evento se debe definir claramente cuál es el objetivo. Es decir, una empresa puede tener como objetivo al realizar un acontecimiento a gran escala presentar un nuevo producto, un nuevo servicio, grandes novedades en lo que oferta su negocio... Por lo que el primer paso para dar a conocer un evento es marcar un objetivo claro y medible.

El segundo paso que se debe de dar es definir el público objetivo. El evento puede ir dirigido a uno o a varios segmentos, dependiendo a qué se dedique la empresa promotora. Si por ejemplo, la organización se dedica a vender productos del cuidado y modelación del cabello , la empresa, para definir el público objetivo que asistirá al evento, deberá hacerse preguntas como ¿les interesa más a hombres o a mujeres?, ¿entre qué edades?, mi público habitual ¿trabaja?, ¿estudia?...

Un ejemplo es la “Hair fashion night” de Loreal. La marca hizo una gran noche de peluquería de forma simultánea en 32 países donde se peinaron a más de medio millón de mujeres.

Imagen 6: Hair fashion night.



Fuente:www.gettyimages.es

El público objetivo que busca Loreal son mujeres entre 25 y 40 años y preocupadas por su imagen. Por eso, en la noche del evento en Madrid, se invitó a varias actrices con esas características las cuales se encargaron de divulgar el evento en redes sociales para llegar aún más a mujeres con ese perfil.

Una vez contestadas este tipo de preguntas, se consigue un patrón de personas a las que se dirige el evento, el público objetivo.

Y por último, es imprescindible saber cuál es el presupuesto. En el caso de la empresa en la que trabajo, se comienza primero preguntando al cliente cuánto se quiere gastar

en su evento. Así podemos ofrecerle diferentes opciones de menús, de locales, servicios extra... Los presupuestos que se elaboran son totalmente personalizados.

Una vez que el cliente acepta el presupuesto, la empresa puede empezar a ejecutar compras y contrataciones según los servicios presupuestados y aceptados.

El siguiente presupuesto es de una graduación de bachillerato en Logroño:

Despedida 2º Bachillerato Logroño 2017

Fecha: 19 de mayo de 2017 | Logroño

Plan del Evento

Recogida de los autobuses y bienvenida

Traslado en los autobuses de Tucena hasta el restaurante. Se acordará una hora de recogida y lugar al gusto del cliente. Recepción con aperitivo de bienvenida y photocall personalizado.

Cena de gala

Cena con menú expuesto al final del documento, totalmente personalizable.

Al finalizar la cena estará disponible el mismo salón para el acto conmemorativo del evento y la entrega de bandas con microfonía inalámbrica.

Fiesta privada para graduados en la sala de fiestas del restaurante

Fiesta hasta las 3:00 horas con DJ, photocall, fotógrafo y servicio de barra. Opción de barra libre.

Sigue la fiesta... ¡CON TUS AMIGOS!

¡¡Entrada garantizada con descuento especial Tucena a la discoteca elegida para seguir la fiesta hasta que el cuerpo aguante!!

El precio incluye:

Cena con menú personalizado
DJ, Sonido e Iluminación profesional
Photocall personalizado y fotógrafo (incluye edición)
Gestión de cobros, selección de mesa, comunicación de alergias, votación de bandas...
Bandas personalizadas
Traslados ida / vuelta
Seguro RC Tucena

El precio NO incluye:

Ningún servicio no especificado en este documento
Videógrafo
Recena
Seguro de cancelación
Extras

Gastos de gestión

IVA

Otras tasas

PRECIO TOTAL (Por comensal)

55,00 €

Presupuesto válido para 100 pax.

Disponibilidad del rest.: CONFIRMADA

Extras:

2 horas de Barra libre: 14 € / comensal

Hora extra DJ: 2 € / comensal

Videógrafo + aftermovie: 4 € / comensal

Banda conmemorativa extra: 7 € / banda

Entrada a discoteca: Consultar según sala elegida y el día del evento.

Obsequio tucena.es:

8 Bandas conmemorativas y personalizadas al gusto de los comensales.

Fotógrafo profesional con edición y photocall personalizado.

A continuación, se detalla al cliente el menú de gala que entraría dentro del presupuesto realizado:

Restaurante elegido

Menú de Gala

Entrantes (elegir 3 a compartir)

ENSALADA DE QUESO DE CABRA CON FRUTOS DEL BOSQUE

ENSALADA TEMPLADA DE TOMATE, ATÚN, CEBOLLA CARAMELIZADA Y PIMIENTOS ASADOS

SURTIDO DE IBÉRICOS CON TOSTAS Y TUMACA

REVUELTO DE HONGOS

TARTAR DE ATUN ROJO Y AGUACATE

TOMATES GRATINADOS AL HORNO

CROQUETAS CASERAS AL ESTILO ABANTOS

MINIBROCHETAS DE DELICIAS DE POLLO BAÑADO CON SALSA DE MIEL

~~~~~

#### **Segundo (a elegir entre carne o pescado)**

CORTE DE CARNE ARGENTINO A LA BRASA CON CHIMICHURRI

PLUMA IBÉRICA A LA BRASA CON GUARNICIÓN DE MANZANA

BACALAO A LA RIOJANA

CORDERO GUISADO EN SALSA ACOMPAÑADO DE PATATAS

ATÚN A LA PLANCHA CON SU GUARNICIÓN

DORADA AL HORNO CON PATATAS PANADERAS

~\*~\*~\*~

**Segundos con suplemento (3 €)**

ENTRECOT A LA PLANCHA CON PATATAS FRITAS

LUBINA A LA BRASA

~\*~\*~\*~

**Postre caseros a elegir**

TARTA DE QUESO CON FRUTOS DEL BOSQUE

TARTA DE TRES CHOCOLATES

ARROZ CON LECHE

MILHOJAS RELLENOS DE CREMA BAÑADO CON CHOCOLATE CALIENTE

CANUTILLOS DE PIÑA RELLENOS DE CREMA

TORRIJAS CARAMELIZADA

~\*~\*~\*~

**Bodega**

AGUA, VINO CRIANZA, VINO BLANCO, REFRESCOS, CERVEZA DE BARRILY CAFÉ INCLUIDOS



## Condiciones del presupuesto:

Este presupuesto es válido hasta el 15 de marzo de 2017 para el número de comensales indicado en la sección de precios. Cualquier variación de dicho número puede suponer una modificación del precio por parte de la empresa organizadora.

Este presupuesto tiene un precio cerrado y personalizado para usted nuestro cliente, si desea realizar cualquier consulta o modificación sólo tiene que solicitarla y se le enviará de nuevo lo que precise. El menú es orientativo y puede modificarse a su deseo.

No se considerará un evento como contratado hasta el momento del abono del anticipo previa confirmación de disponibilidad de los espacios.

Tucena se encargará de la gestión de alergias, protocolo de mesas, gestión de cobros y coordinación de las votaciones para el acto conmemorativo (bandas) a través de su aplicación online personalizada para su evento.

Este presupuesto está sujeto a disponibilidad del restaurante, discoteca y o servicios añadidos.

El menú puede sufrir modificaciones (previa comunicación oficial al responsable del grupo) con motivo de la disponibilidad de las materias primas en función de la temporada.

La empresa y los locales se reservan el derecho de admisión.

El menú será único para todos los comensales (salvando segundos platos).

La barra libre deberá ser contratada por el 100% de los asistentes a la fiesta privada en caso de ser elegida. No estará permitido el acceso a la fiesta privada a personas no participantes en la cena.

Deberá comunicarse el día de la confirmación del evento las categorías de las bandas para poder garantizar el acto conmemorativo; en caso contrario Tucena no se hace responsable ni será lícita compensación alguna.

Tucena pone a su disposición el seguro de cancelación el cual le permitirá cancelar su asistencia y recuperar su dinero hasta 24 horas antes del evento. Fianza no reembolsable. Condiciones en [www.tucena.es](http://www.tucena.es)

Está pendiente reunión con el resto de grupos para la realización de la fiesta especial Graduaciones 2017. Bachelor Session. La discoteca será elegida a cosenso entre Tucena y los diferentes grupos.

**¡Los detalles son los que marcan la diferencia entre un evento y tú evento!**

Gracias por confiar en [tucena.es](http://tucena.es) – Especialistas en eventos para estudiantes

¿Quieres que te salga más barato? ¡Podemos ayudarte,  
consúltanos!

info@tucena.es – 948 078 548

¡Síguenos!

En primer lugar, se describe en el presupuesto el plan que va a seguir el evento. Se empieza por la recogida del cliente en autobuses y bienvenida en el espacio con photocall personalizado. Seguidamente, menú de gala y por último, fiesta con DJ y opción de barra libre.

Después del plan del evento, se detallan los servicios que incluyen el presupuesto y los extras que se podrían contratar a gusto del grupo. Además, al cliente se le obsequia con bandas conmemorativas que repartirán a las personas ganadoras previa votación online.

A continuación, se detalla el menú de gala, el cual también, previa votación online mediante una APP, se deciden los entrantes y cada comensal escoge su segundo plato. Este es uno de nuestros puntos fuertes a la hora de negociar con diferentes espacios. Al restaurante se le envía con dos semanas de antelación cuántos solomillos va a tener que servir o cuántas raciones de rape, por lo que le supone un ahorro considerable.

Por último, se detallan las condiciones del presupuesto. Los aspectos relevantes son la fecha de validez del presupuesto, ya que se debe empezar a trabajar en montajes, compras y contrataciones unos dos meses antes del evento. Otro punto importante es el abono del anticipo, hasta que no se realiza la empresa no empieza a trabajar. Por último, *Tucena* pone a disposición de los clientes un seguro de cancelación opcional, el cual les permitirá a los clientes recuperar todo su dinero si deciden no asistir al evento hasta veinticuatro horas antes de este.

#### **4. Estrategias de comunicación, ¿cómo dar a conocer un evento?**

Uno de los objetivos más importantes de un evento es conseguir la mayor asistencia posible, por lo que se debe planificar una estrategia que llegue correctamente a la audiencia y les haga sentir interés por asistir.

El mensaje que se debe transmitir debe ser muy claro, por ello contestar “las 5 W” puede ser muy útil para que lo que se quiere transmitir esté bien estructurado y con la información completa.

- What/ Qué: nombre del evento y sus contenidos.
- Who/Quién: quién lo organiza, cuáles van a ser los invitados especiales...
- Where/ Dónde: lugar del evento, dirección, infraestructuras...
- When / Cuándo: fecha y duración del evento.

- Why / Por qué: por qué se ha realizado el evento, con qué fin, por qué se ha elegido esa temática...

Quizá se podría añadir una sexta pregunta a responder:

- How / Cómo: programación del evento, cómo se desarrollará, patrocinios...

Definido el mensaje a transmitir, estos son los posibles canales de difusión online:

- Páginas web: los asistentes que tengan interés por el evento acudirán a la web con el fin de aumentar la información que han percibido. Por ejemplo, una boda con muchos invitados, que siempre es más complicada la gestión de todos ellos. Gran cantidad de parejas deciden realizar una página web con toda la información necesaria para el día de la celebración y también para invitados que llegan de fuera (peluquerías, cómo llegar al restaurante, horario de autobuses, hoteles...) De esta manera, la invitación no quedará cargada y los invitados que finalmente vayan a acudir al enlace, pueden informarse en cualquier momento desde sus casas.

*Imagen 7: Página web novios.*



Fuente: [www.weddbook.com](http://www.weddbook.com)

- Correo electrónico: lo ideal para utilizar correctamente este canal es contar con una buena base de datos. El alcance será amplio y el coste nulo.
- Redes sociales: en Twitter, Facebook, LinkedIn... El coste es muy bajo y podemos optar por la opción de segmentar para que el mensaje llegue con más precisión al público objetivo definido.

Además de los canales online, se recomienda no dejar de lado el marketing offline. Crear e imprimir un cartel, colocar publicidad del evento en marquesinas o buzonear

un flyer<sup>2</sup> informativo son técnicas que pueden resultar muy útiles y además, si se combinan con el marketing online, la campaña puede dar un gran resultado.

## 5. Búsqueda de patrocinios

Sahnoun, Pierre (1989) *Patrocinio: instrucciones de uso*. Vol 1. París, afirma: “El patrocinio es una forma de comunicación que permite ligar directamente una marca o una sociedad con un acontecimiento atractivo para un público determinado”. Con otras palabras, consiste en vincular la imagen de la empresa con algún personaje o evento reconocidos por parte del público objetivo. En el patrocinio la empresa paga dinero por apoyar a alguien, a algún grupo o algo que forma parte de una actividad.

Al decidirse por un patrocinio, es clave que exista relación entre el perfil de la audiencia y el público objetivo de la empresa, ya que este, debe reconocer de manera rápida y sencilla el vínculo entre la persona o grupo patrocinado y la actividad y la empresa.

*Imagen 8: Patrocinio Red Bull.*



*Fuente: [www.territoriomarketing.es](http://www.territoriomarketing.es)*

En la imagen superior se puede observar uno de los patrocinios más notorios, el del mundo de los deportes. En este caso, se trata del patrocinio de *Red Bull* en Formula 1. La estrategia consiste en que un gran seguidor de estas carreras, se va a sentir muy atraído por esta marca y la va a considerar de alta calidad ya que está “dentro” de competiciones mundiales muy importantes.

¿Cuáles son los objetivos del marketing de patrocinios?

- Mostrar productos y servicios.
- Aumentar la visibilidad de la empresa.
- Diferenciarse de los competidores.
- Mejorar la imagen de la organización.

---

<sup>2</sup> Flyer: folletos de pequeñas dimensiones que se usan para transmitir información publicitaria.

- Vender.
- Entablar relaciones más cercanas con clientes potenciales y actuales.

El patrocinio tiene tanto ventajas como desventajas. Las ventajas según Muñiz González, Rafael. *Patrocinio y mecenazgo* son:

- Reforzar el valor social de la empresa mostrando su preocupación y apoyo a determinadas actividades.
- Facilitar que la marca sea mostrada por los medios de comunicación en más ocasiones.
- El patrocinio es una forma de presencia que no consume tiempo del espectador ni resulta molesto.
- Relacionar la marca del patrocinador con un espacio televisivo, un acontecimiento deportivo, un campeón.... Los consumidores proyectan las cualidades positivas de los mismos en la marca o producto patrocinador.

En cuanto a las desventajas:

- El patrocinio funciona bien solo con marcas conocidas.
- Por cada euro invertido en el patrocinio deben gastarse otros dos en darlo a conocer.
- Conlleva riesgos para las dos partes, ¿qué ocurre si el deportista de éxito no consigue la meta esperada?, ¿y si la empresa se viera envuelta en un escándalo?

## **6. Los eventos en La Rioja**

La gastronomía y el vino son el principal reclamo turístico de La Rioja. En los últimos años bodegas o incluso museos se han lanzado a la organización de eventos para reforzar su marca y ofrecer al cliente una experiencia diferente.

A continuación, se describen los diferentes lugares que ofrece La Rioja para realizar eventos.

### **6.1. Museos**

Los museos pueden pasar de ser salas de exposición a ser lugares especiales para la realización de un evento. Son espacios exclusivos, con gran iluminación y grandes posibilidades, especialmente para eventos temáticos, ya que podemos encontrar museos de diferentes tipos. En estos lugares, se aprecia la interacción, creando actividades dinámicas y sorprendentes para los invitados a estos eventos. Estos museos están ubicados en enclaves privilegiados en La Rioja, dotando así a los posibles eventos de un importante atractivo.

Destacan: Museo de La Rioja, Museo de arte contemporáneo en Haro, Museo de la romanización, Museo de la cultura del vino, y Museo Würth.

La siguiente imagen corresponde a uno de los eventos que realiza el museo Würth en los fines de semana de agosto, “La noche en el museo”. Me parece una idea muy

acertada ya que muchas personas no hubieran conocido el museo y sus instalaciones si no fuese por este evento. Además, la localización del museo no es del todo cómoda y atractiva para realizar visitas ya que se encuentra en un polígono industrial rodeado de fábricas. Por lo tanto, creo que estos eventos han proporcionado al museo mucha publicidad y han demostrado que una noche en una sala de exposiciones, rodeada de naves industriales puede ser un plan muy atractivo para una tarde de verano.

*Imagen 9: Museo Würth.*



*Fuente: [www.rioja2.com](http://www.rioja2.com)*

## **6.2. Centros culturales**

Los centros culturales escogidos para la realización de eventos cuentan con lugares diseñados para ello. En ellos se pueden realizar diferentes actividades, tales como catas, presentaciones, conferencias, visitas guiadas, y actividades relacionadas con el enoturismo.

En la zona encontramos: La Casa de las ciencias, y El Centro de la Cultura de La Rioja.

En la siguiente imagen, se muestra un evento gastronómico realizado en el centro de la cultura de La Rioja en el que varios chefs realizaron un *show cooking*.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Show cooking: modalidad de cocina que consiste en preparar platos frente a los comensales.



*Imagen 10: Centro de la cultura La Rioja.*



*Fuente: [www.conmuchagula.com](http://www.conmuchagula.com)*

### **6.3. Calados**

Los Calados son lugares con una excelente posibilidad de explotación en el ámbito de los eventos. Son lugares originales y adaptables para la realización de actos o actividades, directamente relacionados con el mundo del enoturismo. Son perfectos para la realización de catas, presentaciones, eventos gastronómicos, cursos, actividades sociales...

Los calados que destacan en la comunidad son: Calado de San Gregorio, Calado de Bodegas Lecea, El Barrio de bodegas de Quel, y Wine Cellar.

En la siguiente imagen se puede observar el escenario de la ceremonia de una boda en el calado de San Gregorio. Desde mi punto de vista, resulta realmente atractivo un acto en estas “cuevas” dando sensación de estar alejado de la ciudad, cuando realmente la localización es en el centro histórico de Logroño.

*Imagen 11: Calado*



*Fuente: [www.artesanosdeexperiencias.com](http://www.artesanosdeexperiencias.com)*

#### 6.4. Salones de banquetes

La selección de los siguientes salones de banquetes hace hincapié en sus reconocidos chefs en la zona de La Rioja. Todos ellos cuentan con grandes espacios, incluyendo jardines, están especializados en la organización de grandes eventos, banquetes, fiestas, o eventos de empresa que también requieran de un servicio de catering. Cuentan con diferentes salas para los diferentes tipos de eventos a realizar.

Los Salones de Banquetes más interesantes en el área son: Villa Cañas, La Merced, Vivanco, La Vieja Bodega, Venta Moncalvillo, Delicatto, Barros, Le Bistró, y La Tapiada.

En la imagen inferior, se muestra el salón de banquetes de La Merced listo para una celebración. Tengo la suerte de haber acudido a varios eventos en estos salones y personalmente, las instalaciones necesitan un pequeño giro, un toque más moderno que se salga del típico salón de banquetes de toda la vida. Por el contrario, la cocina de Lorenzo Cañas y el gran servicio que es capaz de dar a cientos de personas a la vez, lo convierten, personalmente, en el mejor chef de La Rioja en cuanto a celebraciones a gran escala.

*Imagen 12: Salón de La Merced.*



*Fuente: [www.mepoca.es](http://www.mepoca.es)*

#### 6.5. Principales bodegas de La Rioja

En La Rioja no se puede entender la cultura sin hacer referencia a sus bodegas, y que mejor lugar para la realización de eventos que una de ellas. El vino y su entorno, las bodegas, son difíciles de superar a la hora de buscar inspiración en un lugar para un evento en la zona. Son espacios con encanto, en entornos y paisajes únicos, en muchos casos con espacios con grandes posibilidades para la realización de actos, donde es fácil mezclar la gastronomía, la cultura, y la diversión.

Las principales bodegas en La Rioja que están cada vez más familiarizadas con el mundo de los eventos son: Bodegas Marqués de Cáceres, Bodegas



Campo Viejo, Bodegas Ysios, Bodegas Riojanas, Bodega Finca de los Arandinos, Bodegas Altanza, Bodegas Finca Valpiedra, Bodegas Marqués de Arviza, Bodegas Martínez Lacuesta, Bodegas Montecillo, Bodegas Marqués de Riscal, en El Ciego (La Rioja Alavesa), Bodegas CVNE, Bodegas Contino, Bodegas Imperial, Bodegas Viña Real, Bodegas Dinastía Vivanco, en Briones, Bodegas Muga, Bodegas Rioja Alta, Bodegas Marques de Vargas, Bodegas Ramírez de Ganuza, Bodegas López de Heredia Viña Tondonia, Bodegas Roda, Bodegas Faustino, Marqués de Tomares, Bodegas Ramón Bilbao , Bodegas Franco Españolas, Bodegas Marqués de Murrieta, Bodegas Ontañón, Bodegas Viña Ijalba, y Bodegas Cuna de Reyes.

En la siguiente imagen, se puede observar una ceremonia en un entorno único en las bodegas Franco Españolas que no deja indiferente a nadie.

*Imagen 13: Ceremonia Franco Españolas.*



*Fuente: [www.sueñatuboda.com](http://www.sueñatuboda.com)*

## **6.6. Teatros**

Gracias a la belleza de los teatros, estos se convierten en lugares únicos. Se pueden crear espacios llenos de luz y encanto. Pueden ser idóneos para la celebración de eventos de empresas o particulares que quieran preparar algo especial y tener un ambiente de excelencia. Cualquiera de los teatros disponibles de La Rioja el área es perfecto para la creación de actos.

En La Rioja podemos encontrar: Teatro Cervantes de Arnedo, Teatro ideal de Calahorra, Teatro Bretón de los Herreros en Haro, Real teatro de Ezcaray y El Teatro Bretón de los Herreros en Logroño.

*Imagen 14: Teatro Bretón de los Herreros Logroño*



*Fuente: [www.riojaforum.com](http://www.riojaforum.com)*

Desde mi punto de vista, un teatro puede ser un escenario espectacular para un evento o incluso una cena. El inconveniente es que es muy caro alquilar este tipo de espacios y sólo las grandes marcas pueden permitírselo.

En la imagen inferior podemos ver la Global Gift Gala, la cena se sirvió en pleno escenario del Teatro Real.

*Imagen 15: Teatro real, Madrid.*



*Fuente: [www.universolujo.com](http://www.universolujo.com)*

## 6.7. Castillos

Actualmente el cliente se decanta por localizaciones y lugares especiales. En lugar de buscar ambientes céntricos y rodeados de civilización, se tiende a realizar eventos en espacios mezclados con la naturaleza. La siguiente selección de castillos en La Rioja dispone de lugares totalmente rehabilitados, siendo así adaptables a cualquier tipo de evento, dotados de salas, salones, patios, zonas al aire libre y zonas de interior y espacios versátiles. Cuentan con la mayor parte de sus elementos originales y son un marco especial para cualquier evento.

En La Rioja destacan: El Castillo de Sajazarra en Zaldiena, El Castillo Roquero de Arnedo y El Castillo de Davalillo.

*Imagen 16: Castillo Sajazarra*



*Fuente: [www.lariojaturismo.com](http://www.lariojaturismo.com)*

Creo que se deben explotar más este tipo de lugares sobre todo para bodas. Tienen muchísimas ventajas, como por ejemplo la decoración. Aparte de las paredes o lámparas que hay en los salones, cualquier otro elemento decorativo que los novios quieran poner lucirá muchísimo más que en un salón de bodas convencional. También, el reportaje fotográfico de recién casados no dejará indiferente a nadie.

Otra de las ventajas de casarse en un castillo es que los invitados pueden pernoctar allí, experiencia que seguro les encantará después de una larga celebración.

## 6.8. Otros lugares

### 6.8.1. El jardín botánico

Se trata de un espacio realmente atractivo pero que no se le ha dado la suficiente publicidad. Cuenta con diferentes espacios como la laguna, la rosaleta, el olivar, la alameda... entornos completamente naturales que con el mobiliario justo y adecuado,



se pueden crear escenarios de ensueño para una boda, un cumpleaños o cualquier otro tipo de celebración.

*Imagen 17: El jardín botánico – La laguna*



*Fuente: [www.jardinbotanico.net](http://www.jardinbotanico.net)*

#### **6.8.2. Barrio de la Estación**

Situada en Haro y con más de 150 años de historia, el barrio de la estación es un lugar exclusivo para catas acompañadas de música y tapas dirigido al consumidor final. Además, también cuenta con jornadas profesionales que reúnen a diferentes bodegas del sector.

*Imagen 18: Barrio de la estación, Haro.*



*Fuente: [www.lavanguardia.com](http://www.lavanguardia.com)*

En mi opinión, el encanto de este lugar con tanta historia podría explotarse muchísimo más para cualquier tipo de concierto, exposiciones... Cada vez son más las bodegas que se unen a realizar eventos sociales con el fin de que mucha gente que no iría a visitar la bodega en sí, la conozcan de una manera mucho más divertida.

### **6.8.3. Auditorio de La Rioja (Rioja forum)**

Rioja fórum se describe en su web como un lugar para “una cita para el negocio, la cultura y las ideas”. Oferta múltiples servicios: comunicación, alquiler de espacios y material, restauración y vinoteca. Además cuenta con diversas salas como son el auditorium, sala de restauración, grandes vestíbulos...

Personalmente, creo que las instalaciones están muy cuidadas y bien acondicionadas. Además de todo tipo de espectáculos (danza, conciertos, teatro...) se realizan muchas catas de vino, grandes cenas, congresos...

La imagen inferior muestra una cata de vinos en RiojaForum.

*Imagen 19: Riojaforum.*



*Fuente: [www.riojaforum.com](http://www.riojaforum.com)*

## **7. La oferta de Organización de Eventos en La Rioja**

### **7.1. Círculo Logroñés**

El círculo Logroñés es conocido por todos en La Rioja por ser uno de los lugares de referencia desde hace años. Reformado y remodelado en 2007, es puntero en la celebración de cualquier tipo de evento: bodas, eventos sociales o familiares, celebraciones, eventos íntimos... Podríamos considerarlo como un salón de banquetes, siendo esta su mayor debilidad, ya que únicamente realiza eventos en sus instalaciones y no prepara otras actividades fuera de su edificio. Una de sus fortalezas es su equipo de cocina de alta restauración, con gran experiencia y profesionalidad. La propuesta culinaria depende de la temporada del año, creando menús diferentes para cada época del año. Su ubicación es privilegiada, en el centro de Logroño, en una de las zonas con más tránsito y con más atrayente.

En su página web ([www.circulologrones.es](http://www.circulologrones.es)), podemos encontrar la historia del edificio, cómo hacerse socio, los diferentes salones y bares con los que cuenta, actividades programadas, etc...

Imagen 20: Círculo Logroñés.



Fuente: [www.larioja.com](http://www.larioja.com)

## 7.2. AV Eventus

Esta empresa se ha situado en lo más alto de las empresas Riojanas de organización de eventos trabajando desde 2001. Ofrece servicios completos de organización tanto de empresa como de eventos particulares. Trabaja de forma íntegra en el evento que esté organizando, encargándose tanto del catering, como decoración y mobiliario, gestión de música y entretenimiento, audiovisuales, gestión de espacios, stands... Como fortaleza, destaca que cuenta en su portfolio con un gran número de eventos relevantes en La Rioja, como pueden ser diferentes inauguraciones (Ej. Marqués de Murrieta, Cines 7 infantes), aniversarios de empresas como La Rioja Alta, organización de varias entregas de premios (Ej. Premios Toyota), desfiles, eventos deportivos (Copa Davis 2010 en la plaza de toros de Logroño)...

En su página web ([www.aveventus.com](http://www.aveventus.com)) se pueden ver muchas fotos de eventos realizados, gran cantidad de servicios (catering, iluminación, carpas, coctelería...) No cabe duda que tienen un puesto importante en las empresas de La Rioja.

## 7.3. GCriteria

Es un grupo empresarial de organización de eventos con más de 20 años de experiencia y también en el sector turístico. GCriteria es un grupo de servicios integrados, que actúan como consultores de empresa, organización de eventos *indoor* y *outdoor*, diseño y *branding*<sup>4</sup> de empresa, marketing, hospitalidad y comunicación. Realizan eventos corporativos e institucionales, eventos formativos, eventos para empresas de *team building*<sup>5</sup>, trainings, eventos deportivos, y eventos sociales y lúdicos. Por otro lado, son expertos organizadores en eventos relacionados con el enoturismo y relacionados con el vino y en eventos gastronómicos.

---

<sup>4</sup> Branding: hacer y construir una marca.

<sup>5</sup> Team building: construcción de equipos de trabajo.



Como vemos en su página web ([www.gcriteria.com](http://www.gcriteria.com)) la oficina de la empresa se encuentra en el casco antiguo de Logroño, rodeado por una de las zonas de turismo de la ciudad. Además, podemos observar en el apartado de “eventos” en la web, que han trabajado para grandes marcas como Mercedes Benz, Telefónica, Fiar, Jeep Cherokee, Smart, Coca Cola, Sanitas, MBFWM o el Gobierno de La Rioja.

*Imagen 21: Media maratón.*



Fuente: [www.larioja.com](http://www.larioja.com)

La imagen superior corresponde a la media maratón en Logroño. Gcriteria participó en los montajes, procesos y logística del evento.

#### **7.4. Organización integral de eventos y servicios de protocolo sociedad limitada**

Es una empresa ubicada en la ciudad de Logroño, enfocada a la comunicación y al servicio de organización, planificación y realización integral de todo tipo de eventos como inauguraciones, conmemoraciones, eventos de empresa y servicios de protocolo. Siendo joven y dinámica, están muy ligados a la actividad social y empresarial. Se considera como su fortaleza que su equipo crea proyectos desde cero y los desarrollan según su idea o la idea del cliente que les reclame. Están a cargo de su planificación, la coordinación el día del mismo, la producción, la logística y si así lo requiere, su proyección. Esta empresa no tiene presencia en redes sociales y su página web está muy incompleta ([www.organizacionintegral.com](http://www.organizacionintegral.com)), lo cual hace difícil la comunicación con ella o la posibilidad de obtener información sobre los trabajos que han realizado o sobre la misma empresa.

#### **7.5. Friends and family y ocio**

Empresa joven, inaugurada en marzo de 2016, situada en el centro de Logroño. Sus servicios van desde la organización integral de cualquier evento, a la gestión de catering, audiovisuales y coordinación de este. Está especialmente orientada a los

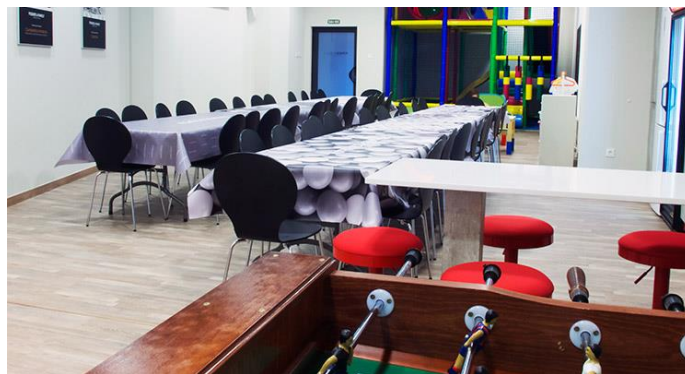


eventos de ocio, dirigido tanto a empresas e instituciones como a particulares. Realizan cualquier tipo de evento, trabajando de manera versátil y “a la carta”. Cuenta con un local donde poder realizar diferentes tipos de eventos, con una zona infantil, otra zona de adultos, y una zona de cocina y office. Antes de establecerse como empresa de eventos, la creadora era responsable de compras y producción en una agencia de marketing, por lo que cuenta con experiencia previa.

Esta persona es la única que cuenta con un puesto de trabajo definido, desarrollando todas las labores de coordinación y gestión. Cuenta con colaboradores externos y proveedores.

En su página web ([www.friendsandfamilyocio.es](http://www.friendsandfamilyocio.es)) se pueden ver las instalaciones, los diferentes espacios, los servicios adicionales como talleres, camareros, photocall e incluso las tarifas.

*Imagen 22: Local Friends and family.*



*Fuente: [www.friendsandfamilyocio.es](http://www.friendsandfamilyocio.es)*

## **7.6. Innevento**

Especialistas en la creación artística de eventos, toman las riendas de estos realizando su diseño, su producción, coordinación, gestión y ejecución. Alrededor de 60 profesionales componen esta empresa, siendo tanto creativos como técnicos con experiencia en el sector y expertos en el área de la comunicación. Cuentan con cuatro sedes diferentes, en La Rioja, en Vizcaya, en Guipúzcoa y Cantabria.

Organizan eventos sociales, corporativos, congresos, convenciones, eventos deportivos, fiestas, presentaciones, eventos familiares... Como fortaleza podemos encontrar un gran portfolio y listado de eventos relevantes, realizados a lo largos de los últimos años. Por otro lado, encontramos como desventaja que no están especializados en ningún tipo de evento en concreto.

En el País Vasco es donde se concentran casi todos sus proyectos, organizando eventos para empresas como Toyota, RedBull...

La siguiente imagen, adquirida de su página web ([www.innevento.com](http://www.innevento.com)), muestra el complejo trabajo que realizó Innevento para el Athletic Club en San mamés.

*Imagen 23: San mamés.*



Fuente: [www.innevento.com](http://www.innevento.com)

### **7.7. LCL Comunicación**

Empresa de organización de eventos de todo tipo. Se encargan en gran parte de su diseño y de la comunicación de este. Trabajan tanto los eventos corporativos, como eventos sociales como las fiestas, ferias, galas, presentaciones o exposiciones. Han realizado también servicio de organización de eventos deportivos. Se consideran a ellos mismos “fabricantes de ideas”. Crean, desarrollan, potencian y promueven las marcas de los clientes a través de estas ideas.

LCL Comunicación trabaja a gran escala la gestión de la publicidad, creando estrategias de comunicación, planificación de medios, creación de la identidad corporativa, internet y multimedia, el diseño gráfico y todo lo relacionado con el tratamiento integral de la imagen de empresa. Aportan un servicio de comunicación enfocado al Marketing Mix. Podemos encontrar en su portfolio en su página web ([www.lclcomunicacion.com](http://www.lclcomunicacion.com)) proyectos desarrollados para importantes empresas como pueden ser Kaufil, Caser, Lexus, el Gobierno de La Rioja, o Toyota.

### **7.8. Planner congresos**

Empresa dedicada a la producción de eventos y la organización de congresos en La Rioja desde el año 1992. Está formada por un grupo de jóvenes profesionales y con gran experiencia en el sector. Son especialistas en el diseño de la intención y el mensaje de la empresa hacia su público, creando este según el objetivo del evento con la mayor eficacia. Cuentan con departamentos propios de diseño, comunicación y producción para los eventos.

Se encargan del asesoramiento de la empresa, del diseño digital, marketing y comunicaciones, y otros servicios según el cliente.

Además de congresos, se puede ver en un web ([www.plannercongresos.com](http://www.plannercongresos.com)) que también realizan ferias, exposiciones, fiestas, eventos corporativos, presentaciones,

inauguraciones, actos oficiales, eventos institucionales, eventos turísticos, eventos gastronómicos, eventos deportivos y cualquier evento que se les proponga y este a su alcance.

En la imagen inferior se puede ver la inauguración de la nueva estación de tren en Logroño en la que participó Planner Congresos.

*Imagen 24: Inauguración Renfe.*



Fuente: [www.plannercongresos.com](http://www.plannercongresos.com)

### **7.9. Rioja alavesa turismo**

Empresa dedicada a la organización de eventos gastronómicos, turísticos y sociales en La Rioja Alavesa. Podemos encontrar como debilidad que no trabaja en la totalidad de la comunidad, únicamente en la zona de la Rioja Alavesa, desatendiendo al resto de las zonas. La empresa se encarga de la organización de actividades, eventos corporativos, y eventos de incentivos para empresa. Son especialistas en turismo y eventos gastronómicos, siendo así un competidor muy fuerte en su zona. Entre el tipo de eventos que han realizado destacan encuentros de empresa, aniversarios corporativos, festivales, conferencias, exhibiciones... Han trabajado con empresas como Coca-Cola o Isuzu. Su propuesta es la creación de eventos innovadores, añadiendo acciones inolvidables a ideas clásicas.

Su página web no cuenta con trabajos que hayan realizado ([www.riojaalavesaturismo.com](http://www.riojaalavesaturismo.com)).

### **7.10. La Rioja Convention Bureau**

Oficina de Congresos en La Rioja que tiene como objetivo promocionar y publicitar Logroño y la Comunidad de La Rioja como destino seleccionado para la realización de congresos, convenciones, viajes de incentivos y eventos de empresa. Además, crean eventos profesionales con la intención de tener un impacto en el área. Potencian la

economía y el desarrollo de la zona, su utilización y promueven su desarrollo. Su página web: [www.locerramosparati.es](http://www.locerramosparati.es)

*Imagen 25: Convención del vino.*



*Fuente: [www.locerramosparati.es](http://www.locerramosparati.es)*

#### **7.11. La Rioja Turismo**

Empresa del Gobierno de La Rioja. Su objetivo es promocionar el ámbito turístico de la zona trabajando con las empresas relacionadas al sector.

Plantea estrategias para generar impacto y demanda en este sector. Es una empresa pública. No se encarga de la organización de eventos, si no que actúa como una fuente de información proporcionando datos sobre lo que se puede encontrar en la comunidad de La Rioja.

#### **7.12. Conclusiones**

Podemos concluir que de las empresas en funcionamiento que podemos encontrar en la región, no todas abarcan la necesidad actual, ya que muchas de ellas están dedicadas a la gestión de cualquier tipo de evento, tanto eventos corporativos, como convenciones, congresos, bodas, o eventos sociales, la mayoría enfocados a empresas. Algunas de ellas son empresas de publicidad o marketing que se dedican también a la organización de eventos.

## **9. ANÁLISIS DE TÉCNICAS CUALITATIVAS**

### **9.1. Introducción**

Las siguientes entrevistas han sido llevadas a cabo con el fin de obtener información relevante acerca de empresas de La Rioja que pudieran necesitar el servicio de

organización de eventos. Se ha entrevistado a empresas de diferentes gremios con el objetivo de descubrir si en cualquiera de ellos existe esta necesidad.

Se les preguntó por el tipo de evento que realizarían en caso de querer contar con esos servicios, en qué medida, y si creen necesario el desarrollo de este tipo de empresas en la zona. Por otro lado, se ha querido obtener información acerca de las empresas que ya conocen o con las que han trabajado anteriormente, e información sobre la mejor forma de publicitarse, dónde buscarían ellos empresas de organización de eventos y dónde creen que es más provechosa y más eficaz la promoción.

## **9.2. ENTREVISTA 1: GRUPO ALEJANDRO MIGUEL**

El Grupo Alejandro Miguel es una empresa familiar que ha crecido enormemente en los últimos años y con un potencial grande. Fue creada hace 40 años, y se dedica principalmente al mundo de la alimentación. La persona entrevistada ha sido, DDM, su gerente.

- ¿Considera que es necesaria la creación de nuevos servicios que ofrezcan la posibilidad de organizar este tipo de eventos? ¿Por qué?

Sí, por supuesto. Siempre es interesante promocionar los diferentes productos de La Rioja. Nosotros siempre queremos mostrar a todo tipo de público lo que ofrecemos, y especialmente la procedencia. Hay que explotar la tierra de uno y hacer que mejore. Hoy en día, no consideramos que haya nadie que tenga la capacidad, o las herramientas necesarias para crear eventos que logren introducir nuestro producto en un ámbito que a nosotros no interese.

- ¿Considera que este tipo de servicio contribuiría a mejorar la promoción y la actividad de La Rioja y sus empresas?

Sí, cuanta más promoción y divulgación haya en los distintos medios y de diferente forma, mejor. Sobre todo, ahora que se están usando medios de “promoción” para las empresas cada vez más novedosos, creo que se debe hacer lo mismo con los destinos. La gente quiere conocer los sitios a través de este tipo de cosas y tener experiencias nuevas y las empresas de la zona siempre podemos colaborar.

- ¿Cree que haría uso de este tipo de servicio? Si es que sí, ¿en qué medida?

En principio parece interesante, sobre todo si es un servicio novedoso. Nosotros consideramos los eventos como una oportunidad, por lo tanto, sí. Habría que valorar cada evento en su momento y para qué lo necesitaríamos, pero estaría bien buscar nuevos canales de promoción y si la empresa nos proporcionara eso, colaboraríamos con ella sin duda. Nosotros muchas veces no disponemos del tiempo necesario para esto, ni tenemos el conocimiento para llevarlo a cabo. Siempre tenemos ideas pero luego es difícil darles forma y necesitamos a alguien que lo haga por/para nosotros.

- ¿Qué tipo de eventos le interesarían más?

Lo más interesante para una empresa como la nuestra, son los eventos de promoción y especialmente los eventos gastronómicos enfocados al canal HORECA, que después nos sirvieran para hacer crecer la empresa y poder introducirnos en más sitios.

Contaríamos con ayuda para presentación de productos. Eventos que potencien las empresas y los introduzcan en mercados nuevos o llamen a clientes nuevos.

- Hoy en día, en caso de organizar un evento, ¿a quién acudiría?

Tendríamos que buscar una empresa capacitada y que nos organizara eventos que nos sirvieran para hacer cosas nuevas.

- ¿En qué tipo de medios buscan a profesionales que se dediquen a la organización de eventos?

Ferias. Internet, estando muy bien posicionada. Boca a boca.

- ¿Cuál cree que sería la mejor manera de llegar hasta las personas interesadas en realizar eventos y conseguir clientes?

Yendo a ferias y a eventos especializados para dar la empresa a conocer y teniendo contactos que te vendan mejor que a la competencia. Página Web propia y promocionándose en webs especializadas. Por otro lado, publicitarte tú misma entre los clientes potenciales (a puerta fría) y crearte una cartera de clientes.

### **9.3. ENTREVISTA 2: CONFECCIONES OLLOQUI**

Confecciones Olloqui es una empresa dedicada al diseño, fabricación y comercialización de ropa. La persona entrevistada fue DOM, el gerente y CEO de la empresa.

- ¿Considera que es necesaria la creación de nuevos servicios que ofrezcan la posibilidad de organizar este tipo de eventos? ¿Por qué?

Sí, siempre se necesita a alguien profesional que organice eventos, y nosotros no hemos recibido ninguna información positiva acerca de las empresas que podemos encontrar hoy en día, por lo que nunca hemos colaborado con ellas. Hoy en día no hay muchas opciones y es complicado encontrar una persona que sea capaz de organizar desde fuera de nuestra empresa lo que nosotros necesitamos.

- ¿Considera que este tipo de servicio contribuiría a mejorar la promoción y la actividad de La Rioja y sus empresas?

Sí, siempre y cuando este hecho con profesionalidad. Se debe dar una buena imagen tanto de la comunidad como de las empresas que hay. Si se junta la promoción de un producto de la zona con la (buena) explotación e imagen de la zona, siempre es beneficioso para ambas partes y se debe hacer.

- ¿Cree que haría uso de este tipo de servicio? Si es que sí, ¿en qué medida?

Sí, para eventos grandes como las presentaciones o eventos sociales en lugares como bodegas. También se harían pequeños eventos o búsqueda de salas originales para reuniones.

- ¿Qué tipo de eventos le interesarían más?

Nosotros enfocaríamos el uso de los eventos para grandes reuniones que requieran más preparación que las cotidianas, como un catering o la preparación de salas especiales en alguna localización. Lo utilizaríamos para la selección de modelos, para las presentaciones de nuestras colecciones y para fiestas.

- Hoy, en caso de organizar un evento, ¿a quién cree que acudiría?

Nunca hemos realizado eventos con la ayuda o participación de alguien de fuera de la empresa, por lo que tendríamos que partir de cero en la búsqueda de un profesional.

- ¿En qué tipo de medios buscan a profesionales que se dediquen a la organización de eventos?

Buscaríamos en Internet, seleccionando empresas para que nos den información sobre cómo trabajan y lo que hacen, procurando contrastar las diferentes opciones de las que creamos que se adecuan a lo que nosotros realizamos, para después tomar la decisión y trabajar con una de ellas.

- ¿Cuál cree que sería la mejor manera de llegar hasta las personas interesadas en realizar eventos y conseguir clientes?

La mejor forma sería publicitarte en los medios de comunicación como Internet, la radio o el periódico de La Rioja, como hacen otras empresas, ya que muchas empresas con más años, como la nuestra, no hacemos tanto uso de las redes sociales. Sería interesante realizar una visita o una llamada para ofrecer tus servicios a las empresas de la comunidad para que te conozcan.

#### **9.4. ENTREVISTA 3: PAFRITAS**

Pafritas es una empresa dedicada a la elaboración de patatas fritas de manera artesana y con materias primas naturales, sin ningún tipo de aromatizante. La persona entrevistada es DGC, export manager.

- ¿Considera que es necesaria la creación de nuevos servicios que ofrezcan la posibilidad de organizar eventos? ¿Por qué?

Sí, porque creo que los eventos en general son una herramienta clave a la hora de crear nuevas sinergias o relaciones entre empresas o personas.

- ¿Considera que este tipo de servicio contribuiría a mejorar la promoción y la actividad de La Rioja y sus empresas?

Sí, ya que los eventos suponen un reclamo para turistas y los turistas generan ingresos para las empresas del sector hostelero y demás; a su vez el boca a boca de estos turistas es una de las mejores herramientas para promocionar una región.

- ¿Cree que haría uso de este tipo de servicio? Si es que sí, ¿en qué medida?

Sí, de manera estacional.

- ¿Qué tipo de eventos le interesarían más?

Eventos relacionados con la exportación de productos alimenticios y eventos de educación gastronómica, donde se enseñe el buen comer y a reducir la contaminación optimizando los recursos más cercanos de los que disponemos.

- Hoy, en caso de organizar un evento, ¿a quién cree que acudiría?

Empresas con las que he trabajado anteriormente.

- ¿En qué tipo de medios buscan a profesionales que se dediquen a la organización de eventos?

Internet

- ¿Cuál cree que sería la mejor manera de llegar hasta las personas interesadas en realizar eventos y conseguir clientes?

Por medio de internet realizando *mailing* <sup>6</sup>y después realizando un evento de captación, donde la empresa muestre sus habilidades.

#### **9.5. ENTREVISTA 4: AUTO OJA, MERCEDES BENZ**

Auto Oja es uno de los concesionarios oficiales de Mercedes Benz en España. La persona entrevistada ha sido MCD, director comercial en Logroño.

- ¿Considera que es necesaria la creación de nuevos servicios que ofrezcan la posibilidad de organizar este tipo de eventos? ¿Por qué?

Sí, considero que los eventos que se realizan a día de hoy se encargan a entidades no profesionales en el sector y con una pésima coordinación de los distintos gremios que entran en juego, como equipos de sonido e iluminación, catering, azafatas, publicidad, redes, etc. Todos los eventos que hemos realizado hasta ahora han sido muy mejorables, y creemos que es necesaria la creación de una empresa que trabaje profesionalmente y sabiendo cómo se realizan con éxito este tipo de cosas. En nuestra

---

<sup>6</sup> Mailing: envío de información publicitaria por correo electrónico.



empresa tenemos una larga experiencia en la organización de fiestas de presentación y acciones comerciales. Cuando acudimos a otro, somos capaces de visualizar rápidamente los fallos y la falta de profesionalidad. Generalmente se encargan empresas de publicidad.

- ¿Considera que este tipo de servicio contribuiría a mejorar la promoción y la actividad de La Rioja y sus empresas?

Totalmente. Creo que no merece la pena realizar una inversión en marketing para la empresa o para la comunidad por separado si podemos hacer lo todos juntos y salir todos ganando. No merece la pena organizar un evento mediocre con clientes si luego ninguno encontramos ningún beneficio.

Disponer de una empresa que se dedique a dar este tipo de servicios creo que puede incluso animar a la inversión en ellos, tanto desde dentro como desde fuera de la comunidad.

- ¿Cree que haría uso de este tipo de servicio? Si es que sí, ¿en qué medida?

Es muy probable. Sólo que nosotros hemos adquirido cierta habilidad para organizarlos. Aun así creo que haríamos uso varias veces al año. Siempre y cuando se ajuste a nuestras expectativas económicas. Incluso estaríamos interesados en participar en eventos para patrocinar a otras empresas o actividades que no sean nuestros, si están bien planteados.

- ¿Qué tipo de eventos le interesarían más?

Eventos culturales, relacionados con el motor, sociedad, etc. Jornadas sociales de pruebas en el circuito de los Arcos con modelos AMG, campeonatos de pádel y golf.

- En caso de organizar un evento, ¿a quién acudiría?

Después de haber tenido malas experiencias con las empresas con las que trabajamos, decidimos que organizaríamos nuestros eventos nosotros mismos sin la ayuda de estas. Por lo tanto, de no aparecer una empresa competente seguiremos haciendo lo mismo.

- ¿En qué tipo de medios buscan a profesionales que se dediquen a la organización de eventos?

Tendríamos que informarnos con el “boca a boca” o con una muestra de portfolio sobre qué tipo de eventos ha realizado anteriormente la empresa con la que vayamos a trabajar. Hemos tenido experiencias bastante malas y no podemos fiarnos de cualquiera que nos diga de palabra que es capaz de realizar un evento. Nosotros nos informaríamos sobre las empresas nuevas que ofrecen este servicio y hablaríamos con la empresa que más nos guste directamente, poniéndonos en contacto a través de

correo electrónico y visitando la página Web. Por lo tanto, sería imprescindible una página atractiva y vistosa, que es donde nos informaríamos inicialmente.

- ¿Cuál cree que sería la mejor manera de llegar hasta las personas interesadas en realizar eventos y conseguir clientes?

Además de lo ya mencionado, la página web, creemos que la presencia es los medios de comunicación como la radio, el periódico o revistas especializadas es bastante importante para dejarse ver. Por otro lado, es interesante visitar a las empresas que creas que pueden ser clientes potenciales y colaborar con ellas, puesto que podrían facilitar contactos y acceso a participar en sus propios eventos. Realizar fiestas para dejarte ver y promocionarte es otra cosa interesante.

#### **9.6. ENTREVISTA 5: CLÍNICA DENTAL RUIZ MAZO**

Negocio muy reciente en pleno centro de Logroño. La persona entrevistada es SMA, odontóloga de la clínica.

- ¿Considera que es necesaria la creación de nuevos servicios que ofrezcan la posibilidad de organizar eventos? ¿Por qué?

Sí, porque los eventos son un medio para dar a conocer productos y considero necesarios estos servicios para ayudar a las empresas a organizarlos y que centren su actividad en los productos que quieren dar a conocer.

- ¿Considera que este tipo de servicio contribuiría a mejorar la promoción y la actividad de La Rioja y sus empresas?

Si, ayudaría a abrir fronteras de los productos y empresas riojanas.

- ¿Cree que haría uso de este tipo de servicio? Si es que sí, ¿en qué medida?

En mi campo, considero que este tipo de eventos estarían más dirigidos a empresas fabricantes de productos dentales. La organización de eventos para dar a conocer sus productos favorecería considerablemente su venta en distintas clínicas. Las clínicas como tales no creo que necesiten servicios de organización de eventos.

- ¿Qué tipo de eventos le interesarían más?

Eventos relacionados con productos innovadores respaldados por la comunidad científica.

- Hoy, en caso de organizar un evento, ¿a quién cree que acudiría?

Acudiría a una empresa especializada en esta actividad, no te sabría decir un nombre.

- ¿En qué tipo de medios buscan a profesionales que se dediquen a la organización de eventos?

Sobre todo en internet, siempre nos apoyamos ahí cuando algo nos es desconocido. También preguntaría, el boca a boca casi nunca falla.

- ¿Cuál cree que sería la mejor manera de llegar hasta las personas interesadas en realizar eventos y conseguir clientes?

Promocionarse del mismo modo que promocionarían los productos o servicios de otra empresa.

### **9.7. ENTREVISTA 6: DE TORRE GOURMET**

Se ha entrevistado a ANT, Gerente de De Torre Gourmet, empresa dedicada a la venta y producción de productos gourmet y la gastronomía.

- ¿Considera que es necesaria la creación de nuevos servicios que ofrezcan la posibilidad de organizar este tipo de eventos? ¿Por qué?

Sí que son necesarios, porque solucionan cosas a las que no les puedes dedicar tiempo. Siempre que se hagan de manera profesional van a ayudar a las empresas que necesitamos sus servicios cuando no podemos ocuparnos de este tipo de actividades. Hoy en día no hay muchas empresas que nos guste como trabajan.

- ¿Considera que este tipo de servicio contribuiría a mejorar la promoción y la actividad de La Rioja y sus empresas?

Una buena imagen es importante, pero no se puede hacer de cualquier manera. Esa imagen para que sea buena tiene que estar muy trabajada. Si no, puede ser hasta perjudicial. Siempre me ha parecido buena idea e importante que las empresas colaborem entre nosotras para impulsar a La Rioja.

- ¿Cree que haría uso de este tipo de servicio? Si es que sí, ¿en qué medida?

Sí que lo haría, en mi caso haría uso de la empresa para ayudarme a organizar y preparar los eventos que tenemos a lo largo del año. Incluso podríamos realizar más, ya que ahora no se hacen por falta de tiempo. Podría empezar a crear eventos para que nos conozca más gente y no solo para mis actuales clientes.

Lo utilizaría de apoyo más que para promocionar mi empresa, porque en mi caso lo que quiero enseñar es mi producto a mis clientes en eventos especiales y hechos para ellos. Alguien lo tiene que organizar y enseñar y algunas veces necesito a gente que me ayude, por lo tanto, sí que lo utilizaría.

- ¿Qué tipo de eventos le interesarían más?

Catas de los productos que tenemos y presentaciones de productos nuevos en mi propio local o lugares originales.

- En caso de organizar un evento, ¿a quién acudiría?

Yo variaría según el tipo de evento y dependiendo del nivel económico del que dispongan para ese evento, si es un presupuesto amplio, probablemente contaría con Echapresto (Chef del restaurante Venta de Moncalvillo), ya que es de nivel muy alto, como he visto en varias ocasiones. Y si hay que realizar un evento con un presupuesto algo más ajustado, es difícil, porque hay varias empresas que organizan cosas pero todas son en general muy malas. Por eso nosotros, que hacemos eventos pequeños, siempre los hemos organizado sin ayuda.

- ¿En qué tipo de medios buscan a profesionales que se dediquen a la organización de eventos?

Principalmente Internet, y sobre todo, lo que diga el boca a boca. Si la gente está contenta con los eventos que se han realizado, la empresa funcionará porque en sitios como La Rioja se corre la voz muy rápido de la gente que trabaja de manera efectiva y se adapta a lo que cada cliente necesita. Es la manera de la que mejor te puedes fiar de lo que hace una persona. Nosotros tenemos también presencia en Redes Sociales, por lo que a veces nos fijamos en lo que hacen los demás. Con presencia en ellos, puedes mostrar lo que haces y dejarte ver.

- ¿Cuál cree que sería la mejor manera de llegar hasta las personas interesadas en realizar eventos y conseguir clientes?

Es difícil llegar hasta mucha gente, pero lo mejor es el boca a boca, sobre todo siendo una comunidad tan pequeña. Lo mejor sería empezar haciendo cosas para ti y para mostrar tus servicios, especialmente con fiestas promocionales o pequeños eventos. Una web potente es vital, igual que la presencia en Redes Sociales. En esos dos lugares puedes mostrar todo lo que eres capaz de hacer.

## **9.8. ENTREVISTA 7: ARISA**

Arisa se dedica a la fabricación y mantenimiento de prensas metálicas y máquinas de estampación. La persona entrevistada es CHR, de servicios centrales de administración de la empresa.

- ¿Considera que es necesaria la creación de nuevos servicios que ofrezcan la posibilidad de organizar eventos? ¿Por qué?

Necesario puede, para nuestra empresa no porque exportamos más del 80% de nuestra producción. Los únicos eventos a los que destinamos gran parte de nuestro presupuesto son a las ferias comerciales a las que asistimos en distintos países. Más de 50 ferias al año, en las que necesitamos stands, desplegables...

- ¿Considera que este tipo de servicio contribuiría a mejorar la promoción y la actividad de La Rioja y sus empresas?

Por supuesto, a unas empresas más que a otras. En nuestro caso como te he comentado por el tema de la exportación, no nos parecen servicios imprescindibles.

- ¿Cree que haría uso de este tipo de servicio? Si es que sí, ¿en qué medida?

Quizás si acudiría a este tipo de servicios una vez cada 2 o 3 años, digo cada 2 o 3 años, porque entiendo que es un servicio caro que una pequeña/mediana empresa posiblemente no se pueda permitir.

Pero desde luego si mi empresa tuviera la capacidad económica, pues cada 2 años sí que se podría hacer un evento con una temática o para promocionar diferentes productos. También quizá por el aniversario de la empresa, por el cumpleaños del fundador, por las fiestas patronales patrocinando alguna actividad importante...

- ¿Qué tipo de eventos le interesarían más?

Además de las ferias como he comentado, yo creo que eventos sociales, que convoquen a gente, y que sabes que si vas, vas a pasar un buen rato. Asistiríamos en forma de patrocinio, claro.

- Hoy, en caso de organizar un evento, ¿a quién cree que acudiría?

Pues no tengo ni idea porque no me ha tocado nunca, supongo que tendría que buscar por internet si quisiera buscar algún profesional en La Rioja.

- ¿En qué tipo de medios buscan a profesionales que se dediquen a la organización de eventos?

En internet seguramente.

- ¿Cuál cree que sería la mejor manera de llegar hasta las personas interesadas en realizar eventos y conseguir clientes?

Internet sin ninguna duda. Hoy en día cualquier información que necesitamos la buscamos ahí. En La Rioja también cuenta mucho el boca a boca y por supuesto la presencia en redes sociales que hoy en día utiliza todo el mundo.

## 9.9. ENTREVISTA 8: PETROLRIOJA ENERGÍA

La siguiente entrevista es al gerente VIS. Dirige una empresa familiar de distribución de gasoil con muchos años de experiencia.

- ¿Considera que es necesaria la creación de nuevos servicios que ofrezcan la posibilidad de organizar eventos? ¿Por qué?

Sí es necesario para otro tipo de empresas aunque en el caso de nuestra empresa no. En alguna ocasión hemos participado en eventos deportivos y pruebas automovilísticas, pero ya estaban previamente organizados por otras empresas.

- ¿Considera que este tipo de servicio contribuiría a mejorar la promoción y la actividad de La Rioja y sus empresas?

Entiendo que en empresas de otros sectores si, como puede ser una bodega organizando un evento para la presentación de un nuevo vino; dando a conocer su nuevo producto; es una buena manera de promocionar la empresa y La Rioja.

- ¿Cree que haría uso de este tipo de servicio? Si es que sí, ¿en qué medida?

En nuestro caso, como hemos comentado anteriormente no, pero lo veo muy interesante para otros sectores donde pueden promocionar y mejorar la actividad de la empresa.

- ¿Qué tipo de eventos le interesarían más?

Las ferias y eventos automovilísticos.

- Hoy, en caso de organizar un evento, ¿a quién cree que acudiría?

Hasta la fecha no nos lo hemos planteado y desconozco quien los hace. Buscaría por internet.

- ¿En qué tipo de medios buscan a profesionales que se dediquen a la organización de eventos?

Como te he comentado, buscaría por internet porque desconozco qué empresa dan estos servicios a empresas.

- ¿Cuál cree que sería la mejor manera de llegar hasta las personas interesadas en realizar eventos y conseguir clientes?

Realizando quizá eventos que junten a empresarios de distintos gremios. También las redes sociales hoy en día son una publicidad muy importante y una página web bien hecha también.



### **9.10 Estudio cualitativo de las entrevistas**

El objetivo de las entrevistas ha sido descubrir el grado de interés en los servicios de organización de eventos gastronómicos, turísticos y eventos sociales para empresas en La Rioja.

Las entrevistas realizadas han ido destinadas a empresarios de La Rioja de diferentes sectores. En este caso, se entrevistó a 8 diferentes: Confecciones Olloqui, empresa textil, De torre Gourmet, empresa de alimentación gourmet de gran calidad, Clínica dental Ruiz Mazo, Arisa, empresa dedicada a maquinaria de estampación y prensa, Grupo Alejandro Miguel, empresa del mundo de la alimentación, Auto Oja, concesionario oficial Mercedes Benz, Pafritas, empresa puntera en elaboración de patatas fritas con ingredientes cien por cien naturales y Petrolrioja Energía, uno de los distribuidores de gasoil con más años de experiencia en La Rioja.

Todas ellas han sido tenidas en cuenta gracias a su gran proyección, su trayectoria y su solidez en sus respectivos mercados.

Antes de proceder a la entrevista con cada una de ellas, se mantuvo una conversación en la que se confirmó que habían realizado eventos con anterioridad y existía un historial de actividades, ya fueran eventos sociales, eventos gastronómicos (en el caso de las empresas de este sector), eventos corporativos, eventos de incentivo, ferias o comidas/cenas de empresa.

Al aplicar entrevistas sobre el tema de la organización de eventos a las empresas de La Rioja se concluye, sin duda, que cualquiera de estas empresas cree que es totalmente necesaria la creación de un proyecto dedicado a esta materia, de manera profesional, con una buena gestión del tiempo y el presupuesto, y enfocadas a lo que cada una de ellas necesita.

Coinciden también la mayoría de las empresas entrevistadas en que si el trabajo realizado es bueno, profesional y ordenado, se podría ayudar a la comunidad de La Rioja a su promoción, haciendo que crezca y convirtiéndola en un destino asegurado para visitantes y empresas de fuera con interés en realizar viajes y organizar eventos. Petrolrioja y Arisa creen que para su sector no serviría de mucha ayuda.

Las respuestas a la pregunta de si su empresa haría uso de los servicios de organización de eventos, ilustradas en el gráfico uno, han sido muy variadas. Por un lado, Grupo Alejandro Miguel, Auto Oja y De Torre Gourmet (37,5%) sería muy probable que utilizaran estos servicios para promocionar productos, patrocinar a otras empresas en eventos o simplemente, harían uso de ellos por falta de tiempo para organizarlos ellos mismos. Por otro lado, Olloqui, Pafritas y Arisa (37,5%), contratarían los servicios de organización de eventos de manera puntual o estacional, dependiendo de del presupuesto, de la envergadura del evento o de la dificultad de este para prepararlo.

Petrolrioja y la Clínica Ruiz Mazo (25%) no harían uso de estos servicios.

Gráfico 1



Fuente: Elaboración propia.

Seguidamente, se les hizo la pregunta de qué eventos les interesarían más. Las respuestas fueron bastante diversas como se muestra en el gráfico dos, Pafritas, Grupo Alejandro Miguel y De Torre Gourmet, al ser empresas de alimentación, sus intereses estarían enfocados a presentaciones de producto, promoción, eventos gastronómicos o catas (37,5%). Clínica Ruiz Mazo (12,5%) también estaría interesada en presentaciones de productos pero en su ámbito, como por ejemplo la presentación de unos nuevos implantes o novedosos aparatos para la clínica.

Olloqui, Arisa y Petrolrioja (37,5%), estarían más interesados en ferias o eventos sociales como patrocinadores, o como anfitriones exponiendo su colección de moda, como cuenta la persona entrevistada de Confecciones Olloqui.

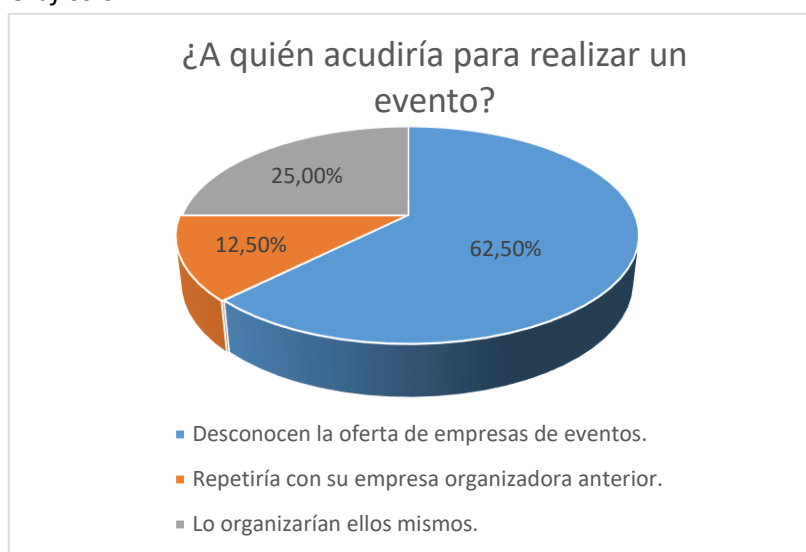
Gráfico 2



Fuente: Elaboración propia.

Uno de los aspectos que más me ha llamado la atención han sido las respuestas a la pregunta de a quién acudiría en caso de organizar un evento (gráfico 3). En el caso de Auto Oja y De Torre, que representan el 25% de los entrevistados, intentarían en la medida de lo posible organizar el evento por ellos mismos debido a malas experiencias anteriores con empresas de organización de eventos. Tan solo Pafritas (12,5%) repetiría con la empresa con la que ya ha trabajado en otras ocasiones. Las demás, Olloqui, Grupo Alejandro Miguel, Arisa, Petrolrioja y Clínica Ruiz Mazo (62,5%), no sabrían a quién acudir porque desconocen totalmente la oferta de este tipo de empresas en La Rioja.

*Gráfico 3*



*Fuente: Elaboración propia.*

La respuesta a la pregunta de en qué medios buscarían profesionales de eventos ha sido unánime. Todas las empresas entrevistadas realizarían la búsqueda por internet, mirando páginas webs y preguntarían a otras ya que dan suma importancia al boca a boca en una Comunidad Autónoma pequeña como es La Rioja.

Por último, las conclusiones de los entrevistas a la pregunta de cuál es la mejor manera de llegar a personas que quieran realizar eventos, son hacer eventos para promocionar los servicios, presencia en redes sociales, una atractiva página web, publicitarse en medios de comunicación convencionales (televisión, radio, periódico...) y por supuesto, hacer bien su trabajo para que el “boca a boca” funcione.

## 10. Conclusiones

La organización de eventos no es una tarea fácil. Organizar un evento requiere mucho tiempo y tener absolutamente controlados gran cantidad de aspectos, como pueden ser, la comunicación del evento, la publicidad, el catering, la sonorización, la música, el protocolo...

Hoy en día, organizar actos o celebraciones dentro de las empresas es una nueva forma de marketing que, desde mi perspectiva, deben usar todas las empresas para mejorar su comunicación. Es fácil encontrar un motivo para convocar a los clientes de una empresa o sus empleados y crear una experiencia satisfactoria en ellos que les haga sentirse más afines a la marca. Además, si las empresas organizan eventos bien planificados y realizan acciones pre-evento y post- evento acertadas y con un buen plan de comunicación, pueden lograr un sentimiento muy positivo hacia la marca sostenible en el tiempo y que dará sus frutos tanto por parte de los clientes como por la productividad de sus empleados.

Como se ha descrito en el trabajo, La Rioja cuenta con espacios muy diversos para celebraciones pero muy pocos ofertan una preparación íntegra de este o si lo hacen, tienen sus propias instalaciones y servicios los cuales permiten muy poco margen de maniobra para poder personalizar al gusto de cada cliente.

En cuanto a las empresas de organización de eventos en La Rioja se pueden encontrar bastantes, pero ninguna que se dedique íntegramente a ello, por lo que se ha detectado que este mercado está aún por desarrollar.

Además del estudio de lo que la zona puede ofrecer y las empresas que se pueden encontrar hoy en día, se ha entrevistado a diferentes empresarios con el fin de obtener información relevante acerca de lo que estos piden y de lo que les gustaría encontrar al contactar con una empresa de organización de eventos.

Se han analizado las respuestas de estas entrevistas y entre ellas, el dato que más destaca es la necesidad de poder contar con alguien profesional en el sector. Estos aclaman un servicio que dicen no tener disponible o que no es lo suficientemente profesional como para solucionar lo que ellos necesitan. Lo que a priori algunos consideran un “lujo” o un “capricho”, parece haberse convertido en una necesidad para otros.

En cuanto a las limitaciones de realizar este trabajo de fin de grado, derivan principalmente del estudio cualitativo de las entrevistas realizadas. Me refiero, a que las conclusiones obtenidas de las respuestas de los entrevistados, es la limitación propia de una investigación cualitativa, ya que las respuestas de las diferentes empresas se deben interpretar. Esta técnica utilizada aporta una riqueza de fondo pero no es posible generalizar a todo el sector en base a la respuesta de una sola empresa.

Considero que los negocios entrevistados, al ser empresas grandes en su actividad económica y en La Rioja, sí me han podido describir por su propia experiencia cómo funciona la organización de eventos en su sector y cómo los beneficia.

Por último, como posibles líneas adicionales de estudio, se podría entrevistar a empresas de otros sectores que no aparecen en las entrevistas realizadas y así, conseguir un estudio completo que abarque todas las actividades económicas de La Rioja.

## 11. Bibliografía

Seoane Vilar, M. (2015). Biblioteca universitaria. Segovia. *Marketing experiencial y sensorial aplicado a los eventos. Análisis del evento corporativo Repavar 2013*. UVADOC. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/14159> [Consulta: 16 de noviembre 2017].

Tovar. (8 de mayo de 2017). Prensa y comunicación. <http://www.prensaycomunicacion.es/como-hacer-un-plan-de-marketing-de-evento/> [Consulta: 16 de noviembre 2017].

Blanco, R. (2014): *Diseña tu boda perfecta*, Ediciones Protocolo.

Andrés, J. Modelo de organización de eventos profesionales. TicketeaPro. <http://pro.ticketea.com/modelo-de-organizacion-de-eventos-profesionales/> [Consulta: 26 noviembre 2017].

Empresa de organización de eventos. Logroño. AV Eventus. <http://www.aveventus.com> [Consulta: 13 de diciembre 2017].

Galmés Cerezo, M. y Victoria Más, J.S. (2012). Pensar la Publicidad. *La organización de los eventos en el contexto de las comunicaciones integradas de marketing: el valor de la experiencia*. Vol 6, nº1, 15-34.

VV.AA. (2013): *¡Sí, quiero!*, Editorial Planeta.

Artesanos de experiencias. Logroño, Madrid y Pamplona. GCriteria. <http://gcriteria.com/> [Consulta: 13 de diciembre 2017].

Planner Congresos y Eventos. Logroño. <https://www.plannercongresos.com> [Consulta: 15 de diciembre 2017].

Pedrotti, G.J. (13 de enero de 2012). Organización profesional de eventos. Guillermo J. Pedrotti. <https://gpedrotti.wordpress.com/2012/01/13/organizacion-profesional-de-eventos/> [Consulta: 19 de noviembre 2017].

Organización integral de eventos y servicios de protocolo S.L. Logroño. <http://organizacionintegral.com/> [Consulta: 13 de diciembre 2017].

Moreno, P. y López, E. (2017). *Relaciones públicas y organización de eventos de marketing*. [Consulta: 26 de diciembre 2017].

Alquiler de locales para celebraciones. Logroño. Friends and Family y Ocio. <http://www.friendsandfamilyocio.es/> [Consulta: 26 de diciembre 2017].

Galmés Cerezo, M. (2010). La organización de los eventos como herramienta de comunicación de marketing. Modelo integrado y experiencial.



<http://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/356/5/978-84-9747-609-6.pdf>

[Consulta: 20 de noviembre 2017].

Comunicación en vivo. Vizcaya, Cantabria, Guipúzcoa y La Rioja. *INNEvento*.

<http://www.innevento.com> [Consulta: 26 de diciembre 2017].

La Rioja Turismo. <https://lariojaturismo.com> [Consulta: 28 de diciembre 2017]-

Herrero Ruiz, L. (2013). Repositorio institucional de la Universidad de Alicante. *La industria creativa de la organización de eventos y el protocolo: análisis bibliométrico de contribuciones académicas*. RUA. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/34020>

[Consulta: 2 de diciembre 2017].

Agencia de comunicación. Logroño. *LCL Comunicación*. [www.lclcomunicacion.com/](http://www.lclcomunicacion.com/)

[Consulta: 29 de diciembre 2017].

Organización de fiestas privadas y eventos exclusivos. Logroño.

<http://www.locerramosparati.es/servicios-exclusivos/eventos/logrono-rioja-convention-bureau> [Consulta: 29 de diciembre 2017].

Alonso Rodríguez, M. (2012). Universidad de Oviedo. *Turismo de congresos y organización de eventos: actitud del residente frente a la organización de mega-eventos*.

<http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/5608/1/TFM%20Mar%C3%ADa%20Alonso%20Rodr%C3%ADguez.%20Turismo%20de%20congresos%20y%20organizaci%C3%B3n%20de%20eventos.%20La%20actitud%20del%20residente%20frente%20a%20la%20organizaci%C3%B3n%20de%20mega%20eventos..pdf> [Consulta: 4 de diciembre 2017].

Centro de restauración de eventos sociales. Logroño. *Círculo Logroñés*.

<http://www.pretur.com/circulologrones/> [Consulta: 1 de diciembre 2017].

Campos, G. (2015) *Organización de eventos corporativos e institucionales*. Instituto superior de protocolo y eventos. (Apuntes). [Consulta: 10 de enero 2018].